

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Kinerja Keuangan

Ermayanti (2009) menyatakan kinerja keuangan diartikan sebagai penentuan ukuran – ukuran tertentu yang dapat mengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Dalam mengukur kinerja keuangan perlu diakaitkan antara perusahaan dengan pusat. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya kepada para pemilik perusahaan.

Martono (2002) menyatakan dalam evaluasi keuangan memerlukan :

Dalam evaluasi kinerja keuangan tentunya memerlukan standar tertentu baik bersifat eksternal maupun internal. Standar eksternal mengacu pada *competitive benchmarking* yang merupakan perbandingan perusahaan dengan pesaing utama atau industri.

Evaluasi perusahaan yang mengacu pada standar eksternal melalui *competitive benchamarking* memberikan gagasan untuk mengembangkan analisis rasio keuangan perusahaan individual dengan memepertimbangkan rasio industri. Analisis kinerja perusahaan individual dengan menggunakan pendekatan industri dinilai sangat relevan dalam persaingan industri. Hal ini disebabkan karena kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal perusahaan namun juga faktor eksternal perusahaan. Salah satu indikator penting yang digunakan dalam persaingan industri adalah daya tarik bisnis (*bussines attractiveness*). Indikator ini dapat diukur dengan rasio profitabilitas industri yang seperti ROA dan ROE.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu gambaran mengenai kondisi dan keadaan dari suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat – alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui baik atau buruknya kondisi keuangan dan prestasi kerja sebuah perusahaan dalam waktu tertentu.

Menurut Widyastuti (2006) kinerja keuangan adalah :

Hasil dari banyak keputusan individu yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Kinerja keuangan digunakan untuk mengetahui hasil tindakan yang telah dilakukan di masa lalu. Ukuran keuangan juga dilengkapi dengan ukuran – ukuran non keuangan yang menunjukkan kepuasan pelanggan, produktivitas dan *cost efectiveness* proses bisnis dan *produktifitas* serta komitmen dari tiap personal untuk menentukan kinerja keuangan di masa yang akan datang.

Defenisi kinerja keuangan menurut Fahmi (2012:71) adalah:

Kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar.

Sementara itu menurut Deegan (2007:132) kinerja keuangan adalah:

Kinerja keuangan adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengendalikan sumberdaya yang dimilikinya. Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan adalah usaha formal yang telah dilakukan oleh perusahaan yang dapat mengukur keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehinggadapat melihat prospek, pertumbuhan, dan potensi perkembangan baik perusahaan dengan mengandalkan sumber daya yang ada.

Setiap perusahaan akan berusaha untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaannya dalam rangka untuk meningkatkan produktivitas perusahaan. Tetapi, selain itu perusahaan juga harus dapat mengadakan efektivitas dan efisiensi dalam melakukan operasional usaha perusahaan. Peningkatan produktivitas dan dilakukannya program efektivitas dan efisiensi merupakan langkah yang diambil perusahaan untuk memperoleh keuntungan (*profit*).

Menurut Sartono (2010:78) Profitabilitas adalah:

Profitabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menganalisis kinerja manajemen terhadap keuangan perusahaan, tingkat profitabilitas akan menggambarkan posisi laba perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang ditinggi dianggap memiliki kinerja keuangan yang baik.

Rasio profitabilitas menurut Kasmir (2012:78) adalah:

Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan.

Sedangkan menurut Sartono (2010:75) profitabilitas adalah:

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan secara umum profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode akuntansi tertentu.

Kasmir (2012:79) menerangkan bahwa tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan yakni:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Profitabilitas perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan rasio keuangan yang diambil dari informasi akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan. Rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan juga untuk mengetahui efektifitas perusahaan dalam mengelola sumber-sumber daya yang dimilikinya.

Menurut Sartono (2010:98) cara-cara pengukuran rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin Ratio*

Menurut Abdullah (2005:54) *Gross Profit Margin Ratio* merupakan :

Gross profit margin mencerminkan *mark-up* terhadap harga pokok penjualan dan kemampuan manajemen untuk meminimalisasi harga pokok penjualan dalam hubungannya dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas dalam ukuran gross profit margin yang dimaksud adalah rasio penjualan setelah dikurangi harga pokok penjualan (*cost of goods sold*) dengan nilai penjualan bersih perusahaan. Rasio ini memberitahu kita laba dari perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, setelah kita mengurangi biaya untuk memproduksi barang yang dijual.

Rasio tersebut merupakan pengukur efisiensi operasi perusahaan, serta merupakan indikasi dari cara produk ditetapkan harganya. Dengan kata lain rasio ini menunjukkan laba bruto per rupiah dari penjualan yang dilakukan. gross profit margin sebesar 3 berarti bahwa setiap Rp1 penjualan menghasilkan keuntungan bruto sebesar Rp 3. Data Gross Profit Margin dari beberapa periode akan dapat memberikan informasi tentang kecenderungan Gross Profit Margin yang diperoleh dan bila dibandingkan standar rasio akan diketahui apakah margin yang diperoleh bersangkutan sudah tinggi atau sebaliknya.

Gross profit margin berkaitan dengan Harga Pokok Penjualan, *Gross profit margin* ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka *gross profit margin* akan menurun, begitu juga sebaliknya. Dengan kata lain, rasio ini mengukur efisiensi pengendalian harga pokok atau biaya produksi, mengindikasikan kemampuan perusahaan untuk memproduksi secara efisien. GPM yang meningkat merupakan indikasi bahwa semakin besar tingkat kembalian keuntungan kotor yang telah diperoleh perusahaan terhadap penjualan bersihnya. Semakin efisien biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menunjang kegiatan penjualan sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi meningkat (Taruh, 2012: 1-11).

Untuk menghitung *gross profit margin* perusahaan digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Penjualan} - \text{Harga Pokok Penjualan}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin*

Menurut Syamsuddin (2007:62) *Net Profit Margin* merupakan:

Net profit margin adalah merupakan rasio antara laba bersih (*Net Profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expense* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi *Net Profit margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan. *Profit margin* digunakan untuk mengukur profitabilitas dari penjualan dan tingkat efisiensi operasi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan pada periode tertentu. Rasio ini menunjukkan berapa persen laba yang dapat direalisasikan dari setiap tingkat penjualan tertentu atau dapat pula diinterpretasikan seberapa besar laba yang dapat disumbangkan kepada perusahaan dari setiap Rp 1,00 tingkat penjualan

Net Profit Margin berkaitan dengan penjualan dan biaya – biaya operasi. Tinggi rendahnya *net profit margin* dipengaruhi oleh penjualan dan biaya-biaya operasi (harga pokok penjualan + biaya pemasaran + biaya administrasi dan umum). *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu yang disebabkan kenaikan tingkat penjualan lebih besar dari pada biaya operasi. Sedangkan *profit margin* yang rendah menunjukkan rendahnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari tingkat penjualan tertentu yang disebabkan penjualan yang terlalu rendah untuk biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk penjualan tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum *profit margin* yang rendah menunjukkan manajemen yang tidak efisien. Setiap perusahaan berkepentingan terhadap *profit margin* yang tinggi. Untuk menghitung *net profit margin* perusahaan digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Return On Investment* atau *Return On Assets* (ROA)

Menurut Fahmi (2012:98) ROA adalah :

Return on assets adalah rasio untuk melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan aset perusahaan yang ditanamkan atau ditempatkan. *Return On Investment* atau *Return On Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.

ROA merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. ROA dapat digunakan sebagai alat ukur tingkat kesehatan kinerja keuangan sebuah perusahaan, karena ROA dapat menunjukkan seberapa baik suatu perusahaan mengendalikan biaya dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan. ROA berkaitan dengan *turnover* dari *operating assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi) dan *profit margin*, yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam persentase dan jumlah penjualan bersih. ROA dihitung dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Semakin tinggi tingkat ROA suatu perusahaan, semakin baik perusahaan tersebut. ROA memberikan informasi besarnya keuntungan yang diperoleh dari total aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Sedangkan laba bersih adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Serta total aset adalah modal dari pinjaman dan modal sendiri.

4. *Return On Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2013:204) mendefinisikan ROE sebagai berikut :

Hasil Pengembalian Ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Rasio tersebut penting bagi para pemilik dan pemegang saham karena rasio tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modalnya untuk mendapatkan laba bersih (*net income*). Perusahaan yang memiliki *Return On Equity* yang rendah atau bahkan negatif akan terklasifikasikan sebagai perusahaan yang kurang baik dalam menghasilkan *incomenya*. Kenaikan *Return On Equity* biasanya diikuti oleh kenaikan harga saham perusahaan tersebut

ROE berkaitan dengan *Net Income*, Laba bersih sangat penting bagi kelangsungan usaha suatu perusahaan karena merupakan sumber dana yang diperoleh dari aktivitas operasi perusahaan tersebut. Laba bersih juga seringkali dijadikan sebagai ukuran dalam menilai kinerja suatu perusahaan. Penghasilan bersih (laba bersih) seringkali digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain seperti ROE atau *earning per share*. Unsur-unsur yang langsung berkaitan dengan pengukuran laba adalah penghasilan atau beban.

Return On Equity (ROE) dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Angka yang tinggi untuk ROE menunjukkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Rasio ROE tidak memperhitungkan dividen maupun

capital gain untuk pemegang saham. Karena itu, rasio ini bukan pengukur *return* yang diterima pemegang saham yang sebenarnya.

Rasio yang sering digunakan dalam menghitung kinerja keuangan yaitu

Return on Assets (ROA). Menurut Munawir (2010:65) ROA adalah:

Return On Asset adalah sama dengan *Return On Investment* dalam analisa keuangan mempunyai arti yang sangat penting sebagai salah satu teknik analisa keuangan yang bersifat menyeluruh (komprehensif). Analisis ini sudah merupakan teknik analisa yang lazim di gunakan oleh pimpinan perusahaan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan.

Menurut Kasmir (2012:81) *Return On Asset* (ROA) adalah:

Rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang di gunakan dalam perusahaan. Selain itu, ROA memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. *Return on Assets* (ROA) dapat memberikan gambaran keuntungan bisnis dan efisiensi perusahaan dalam pemanfaatan total asset yang ada dalam perusahaan.

Gross Profit Margin (GPM). Menurut Abdullah (2005:54) GPM adalah:

Gross profit margin mencerminkan *mark-up* terhadap harga pokok penjualan dan kemampuan manajemen untuk meminimalisasi harga pokok penjualan dalam hubungannya dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Profitabilitas dalam ukuran gross profit margin yang dimaksud adalah rasio penjualan setelah dikurangi harga pokok penjualan (*cost of goods sold*) dengan nilai penjualan bersih perusahaan.

Net Profit Margin (NPM). Menurut Syamsuddin (2007:62) NPM adalah:

Net profit margin adalah merupakan rasio antara laba bersih (*Net Profit*) yaitu penjualan sesudah dikurangi dengan seluruh *expense* termasuk pajak dibandingkan dengan penjualan. Semakin tinggi Net Profit margin, semakin baik operasi suatu perusahaan. Profit margin digunakan untuk mengukur profitabilitas dari penjualan dan tingkat efisiensi operasi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya yang ada di perusahaan pada periode tertentu.

Return On Equity. Menurut Kasmir (2013:204) ROE adalah :

Return On Equity adalah hasil Pengembalian Ekuitas atau *return on equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin

baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

Selain itu, ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. Aset atau aktiva yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aktiva-aktiva perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai ROA, semakin efisien perusahaan dalam penggunaan asetnya, akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan.

B. *Corporate Social Responsibility*

1. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Menurut Darwin (2009:111) tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah:

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Berdasarkan dari definisi tersebut tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Menurut Figge (2009:141) bahwa:

CSR berhubungan erat dengan “*sustainability development*” atau pembangunan berkelanjutan, dimana ada argumentasi bahwa suatu perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata berdasarkan faktor keuangan, misalnya keuntungan atau dividen melainkan juga harus berdasarkan konsekuensi sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun untuk jangka panjang. Pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah sebuah upaya pembangunan yang meliputi aspek ekonomi, sosial, lingkungan bahkan budaya untuk kebutuhan masa kini tetapi tidak mengorbankan atau mengurangi kebutuhan generasi yang akan datang.

Pengenalan konsep *sustainability development* memberikan dampak kepada definisi dan konsep CSR. *The Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) merumuskan CSR sebagai “Kontribusi bisnis bagi pembangunan berkelanjutan serta adanya perilaku korporasi yang tidak semata-mata menjamin adanya pengembalian bagi pemegang saham, upah bagi para karyawan, dan pembuatan produk serta jasa bagi para pelanggan, melainkan perusahaan bisnis juga harus memberi perhatian terhadap berbagai hal yang dianggap penting serta nilai-nilai masyarakat”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat kita simpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan dalam bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan yang dilakukan secara transparan dan terbuka melalui praktik bisnis yang baik dengan sebagian sumber daya perusahaan.

2. **Motif Corporate Social Responsibility**

Wibisono (2007:121) menyatakan bahwa sulit untuk menentukan *benefit* perusahaan yang menerapkan CSR karena tidak ada yang dapat menjamin bahwa bila perusahaan yang telah mengimplementasikan CSR dengan baik akan mendapat kepastian *benefit*-nya. Oleh karena itu terdapat beberapa motif dilaksanakannya CSR, diantaranya:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan, perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan citra positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal *non-financial* utama bagi perusahaan dan bagi *stakeholders*-nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *social licence to operate*, masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan, perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* pasti akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung *opportunity loss*, perusahaan juga mesti mengeluarkan biaya yang mungkin justru berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.
4. Melebarkan akses sumber daya, *track record* yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
5. Membentangkan akses menuju *market*, investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.
6. Mereduksi biaya, banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses *recycle* atau daur ulang kedalam siklus produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*, implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan *stakeholders*. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya trust kepada perusahaan.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator, perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan, kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.
10. Peluang mendapatkan penghargaan. Banyak reward ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi.

3. Peraturan Terkait *Corporate Social Responsibility*

Terdapat lima peraturan yang mewajibkan perusahaan tertentu untuk menjalankan program tanggungjawab sosial perusahaan atau CSR dan satu acuan (*Guidance*) ISO 26000 diantaranya:

1. Keputusan Menteri BUMN Tentang Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL).

Berdasarkan Peraturan Menteri Negara BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 1 ayat (6) dijelaskan bahwa Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan, adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN. Sedangkan pada pasal 1 ayat (7) dijelaskan bahwa Program Bina Lingkungan, yang selanjutnya disebut Program BL, adalah program pemberdayaan kondisi sosial masyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian laba BUMN.

Adapun ruang lingkup bantuan Program BL BUMN, berdasarkan Permeneg BUMN, Per-05/MBU/2007 Pasal 11 ayat (2) huruf e adalah:

- a. Bantuan korban bencana alam;
- b. Bantuan pendidikan dan/atau pelatihan;
- c. Bantuan peningkatan kesehatan;
- d. Bantuan pengembangan prasarana dan/atau sarana umum;
- e. Bantuan sarana ibadah;
- f. Bantuan pelestarian alam.

2. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Selain BUMN, saat ini Perseroan Terbatas (PT) yang mengelola atau operasionalnya yang terkait dengan Sumber Daya Alam (SDA) diwajibkan melaksanakan program CSR, karena telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 74 dijelaskan:

- a. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan,
- b. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran,
- c. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan,

- d. Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

3. Undang-Undang Penanaman Modal Nomor 25 Tahun 2007

Peraturan lain yang mewajibkan CSR adalah Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007, tentang Penanaman Modal, baik penanaman modal dalam negeri, maupun penanaman modal asing. Dalam Pasal 15 (b) dinyatakan bahwa "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan."

Sanksi-sanksi terhadap badan usaha atau perseorangan yang melanggar peraturan diatur dalam pasal 34, yaitu berupa sanksi administratif dan sanksi lainnya, diantaranya:

- a. Peringatan tertulis,
 - b. Pembatasan kegiatan usaha,
 - c. Pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau
 - d. Pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal.
- ### 4. Undang-Undang Minyak dan Gas Bumi Nomor 22 Tahun 2001

Khusus bagi perusahaan yang kegiatan operasionalnya mengelola Sumber Daya Alam (SDA) dalam hal ini minyak dan gas bumi, terkait Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi, disebutkan pada pasal 11 ayat 3 (p) "Kontrak Kerja Sama sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) wajib memuat paling sedikit ketentuan-ketentuan pokok yaitu: (p) pengembangan masyarakat sekitarnya dan jaminan hak-hak masyarakat adat".

Berdasarkan UU tersebut, perusahaan yang operasionalnya terkait minyak dan gas bumi baik pengelola eksplorasi maupun distribusi, wajib melaksanakan

kegiatan pengembangan masyarakat dan menjamin hak-hak masyarakat adat yang berada disekitar.

5. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2009 tentang Pertambangan Mineral dan Barubara (UU Minerba)

Dalam Pasal 108 UU Minerba dinyatakan pemegang IUP dan IUPK wajib menyusun program pengembangan dan pemberdayaan masyarakat, penyusunan program tersebut dikonsultasikan kepada Pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat. Ketentuan lebih lanjut dari Pasal 108 UU Minerba terdapat dalam Peraturan Pemerintah No. 23 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Pertambangan Mineral dan Batubara, tepatnya dalam Pasal 106-109.

6. *Guidance* ISO 26000

Berbeda dari bentuk ISO yang lain, seperti ISO 9001: 2000 dan 14001: 2004. ISO 26000 hanya sekedar standar dan panduan, tidak menggunakan mekanisme sertifikasi. Terminologi *should* didalam batang tubuh standar berarti *shall* dan tidak menggunakan kata *must* maupun *have to*. Sehingga fungsi ISO 26000 hanya sebagai *guidance*.

Selain itu dengan menggunakan istilah *Guidance Standard on Social Responsibility*, menunjukkan bahwa ISO 26000 tidak hanya diperuntukkan bagi *corporate* (perusahaan) melainkan juga untuk semua sektor publik dan privat. Tanggung jawab sosial dapat dilakukan oleh institusi pemerintah, *Non Government Organisation* (NGO) dan tentunya sektor bisnis, hal itu dikarenakan setiap organisasi dapat memberikan akibat bagi lingkungan sosial maupun alam. Sehingga adanya ISO 26000 ini membantu organisasi dalam pelaksanaan *social*

responsibility, dengan cara memberikan pedoman praktis, serta memperluas pemahaman publik terhadap *social responsibility*.

4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan didefinisikan sebagai suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok dan individual dalam lingkungan perusahaan (Ebert dan Griffin dalam Saputri, 2011:121). Menurut Guthrie dan Parker (2011:211) berpendapat bahwa pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu cara perusahaan untuk membangun, mempertahankan, dan melegitimasi kontribusi perusahaan dari sisi ekonomi dan politis.

Menurut Marty (2015:38-52) ada dua jenis ungkapan dalam pelaporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal yaitu:

Pengungkapan CSR ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela karena perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi dan tidak diharuskan oleh badan penyelenggara pasar modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh perusahaan yang dikelola oleh manajer yang memiliki pandangan filosofi manajerial yang berbeda dan keluasan yang berkaitan dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat.

Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) secara implisit menyarankan kepada perusahaan untuk menyajikan laporan yang terpisah dari laporan keuangan dapat

berupa laporan tentang tanggungjawab sosial dalam pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) No.1 (2009:12) Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.

Proksi yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR adalah CSRI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) berdasarkan indikator yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI), yang telah diakui secara internasional karena sebagai indikator *sustainability report* perusahaan-perusahaan hampir di seluruh dunia dan dijadikan sebagai standar pelaporan.

Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat adanya konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom lines*, yang tidak hanya melaporan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja, melainkan dari sudut pandang ekonomi, sosial dan lingkungan. Gagasan ini merupakan akibat dari adanya 3 dampak operasi perusahaan yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. GRI *Guidelines* menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian *standard disclosures*.

Dalam standar GRI-G3 (2013:88) indikator kinerja dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial mencakup praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab atas produk dengan total kinerja indikator mencapai 79 indikator

(Sumber: www.globalreporting.org). GRI-G3 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia.

C. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Research Gap
1	Cusnul Khitam (2014)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2011-2013).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan.	1. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan 2. Sampel dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dan CSR perusahaan Pertambangan periode 2011-2013 3. Penelitian ini menggunakan metode penelitian regresi linier sederhana
2	Ridwan, Ludfi, Iqbal Firdausi (2017)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel CSR memberikan pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel dependen ROA dan Tobin Q. Secara parsial, variabel karyawan dan masyarakat yang positif signifikan mempengaruhi dependen ROA, dan hanya karyawan sebagai variabel	1. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan 2. Sampel dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dan CSR perusahaan Pertambangan periode 2010-2012, 3. Penelitian ini menggunakan metode penelitian regresi linier berganda

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Research Gap
			independen memiliki pengaruh terhadap Tobin Q.	
3	Taufan Mulya Pratama dan Willy Sri Yullandhari (2016)	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan yang Diukur Dengan Return On Asset dan Return on Equity (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Batubara yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2013)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh terhadap Return on Assets dan Return On Equity.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan pertambangan 2. Sampel dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan dan CSR perusahaan Pertambangan periode 2010-2013 3. Penelitian ini menggunakan metode penelitian regresi linier sederhana.
4	Adhita Setya Nurhudha (2013)	Analisis pengaruh corporate social responsibility, intellectual Capital, dan kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan Perusahaan manufaktur yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on equity (ROE)</i>. 2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa <i>Corporate</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel Independent dalam Penelitian adalah Corporate Social sementara penelitian Adhita Setya Nurhudha Variabel Independent Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Environmental Performance. 2. Penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana sedangkan penelitian Adhita Setya Nurhudha menggunakan penelitian regresi linier berganda

No	Peneliti/ Tahun	Judul	Hasil Penelitian	Research Gap
			<i>Social Responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>return on asset (ROA)</i> .	
5	Prima Aprilyani Rambe, M.Sc dan Winata Wira, M.Ec (2013)	Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel dependent dalam Penelitian adalah kinerja keuangan sementara penelitian Prima Aprilyani Dkk menempatkan variabel kinerja keuangan di variable dependent

D. Kerangka Pemikiran

Menurut Hadi (2011:67) *Corporate Social Responsibility* dapat:

Memberikan dampak positif bagi perusahaan, dimana dengan melakukan aktivitas CSR perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Melalui teori legitimasi, perusahaan yang melakukan CSR lebih berperan dalam meningkatkan legitimasi yang akan berpengaruh kepada sikap konsumen terhadap produk perusahaan, sehingga reputasi perusahaan juga meningkat dimata masyarakat. Melalui teori legitimasi, perusahaan yang melakukan CSR lebih berperan dalam meningkatkan legitimasi yang akan berpengaruh kepada sikap konsumen terhadap produk perusahaan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan (ROA).

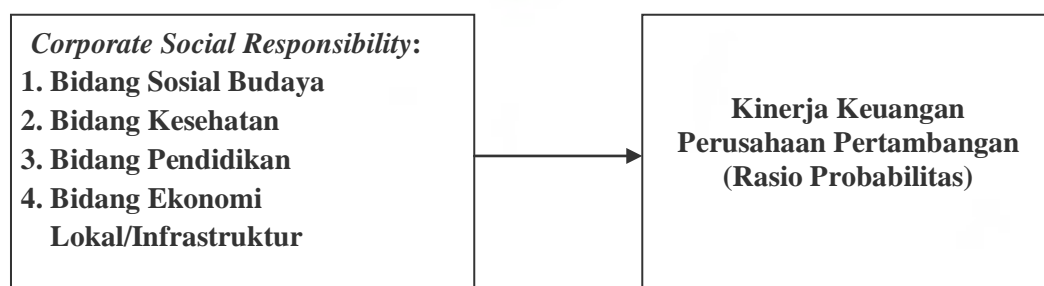
Corporate Social Responsibility merupakan suatu bentuk tanggungjawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari

aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi dan nilai perusahaan juga semakin meningkat.

Fenomena perkembangan isu *Corporate Social Responsibility* (CSR) cukup populer di Indonesia. Banyak perusahaan yang mulai antusias dalam menjalankan aktivitas CSR dengan beberapa alasan, diantaranya adalah agar dapat meningkatkan citra perusahaan, agar dapat membawa keuntungan tersendiri bagi perusahaan, dan agar dapat menjamin keberlangsungan perusahaan yang akan berdampak terhadap nilai perusahaan itu sendiri. Didalam dunia bisnis yang bergerak di bidang pemanfaatan sumberdaya alam baik secara langsung maupun tidak langsung tentu memberikan dampak pada lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan kerangka penelitian diatas, maka dapat dibuat model penelitian seperti berikut ini:

Gambar II.1.



Sumber: Hadi (2011:67)

E. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah (Diduga *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”.

